

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memberikan gambaran secara sistematis. Data disajikan dalam bentuk tabel, diagram, histogram, poligon frekuensi, ogive, ukuran penempatan, dan ukuran gejala pusat tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian (Sanusi, 2011: 13; Usman & Akbar, 2015: 3; Suharyadi & Purwanto, 2009: 10). Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif (*mean, standart deviasi, modus, range* dan sebagainya) (Suliyanto, 2014: 1)

Jenis data yang digunakan adalah kuantitatif yang berakar pada paham *positivisme* bahwa kebenaran itu sudah ada di sekeliling kita. Data diolah menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011: 8), (Usman & Akbar, 2015: 5).

3.2. Operasional Variabel

Menurut Pasolong (2013: 81), Supranto (2016: 23) variabel adalah suatu konsep atau objek yang mempunyai nilai berbeda untuk dipelajari dari suatu kesimpulan. Nilai variabel merupakan nilai karakteristik suatu elemen.

Dalam penelitian ini terdiri atas dua macam variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi variabel dependen, sedangkan variabel

dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2011: 39), (Siregar, 2017: 18). Yang menjadi variabel independennya adalah harga (X_1) dan inovasi produk (X_2). Selanjutnya minat beli konsumen adalah variabel dependen (Y)

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Operasional Variabel	Indikator	Variabel	Skala
Harga	Kesesuaian antara sesuatu yang di dapat dengan nilai yang telah dikeluarkan	Harga yang ditawarkan berkompetitif	$X_1 - 1$	Likert
		Memiliki variasi harga sesuai dengan kualitas yang dirasakan	$X_1 - 2$	
		Mempunyai standarisasi harga pada tiap produk	$X_1 - 3$	
		Persaingan harga dengan produk merek yang lain	$X_1 - 4$	
		Kesesuaian harga dengan kemampuan pembeli	$X_1 - 5$	
		Kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan	$X_1 - 6$	
Sumber : (Kotler & Armstrong, 2012: 314)				
Inovasi produk	Sesuatu yang baru dalam penyempurnaan produk yang sebelumnya	Produk dikemas dengan menarik	$X_2 - 1$	Likert
		Kemasan yang lebih mudah untuk di daur ulang	$X_2 - 2$	
		Ukuran kemasan yang lebih bervariasi	$X_2 - 3$	
		Produk yang ditawarkan berbeda dengan yang lainnya	$X_2 - 4$	
		Produk yang di tawarkan memiliki keunikan tersendiri	$X_2 - 5$	
Sumber : (Hunger & L.Wheelen, 2009: 57)				
Minat beli Konsumen	Ketertarikan seseorang untuk membeli suatu produk	Keinginan untuk mencari informasi tentang produk perusahaan	Y_1	Likert
		Merekomendasikan produk kepada orang lain	Y_2	
		Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan	Y_3	
		Keinginan untuk langsung membeli produk perusahaan	Y_4	
		Melakukan pembelian ulang	Y_5	
Sumber : (Ferdinand, 2008: 129)				

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2011: 80), Tripalupi & Suwena (2014: 1) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi berkaitan dengan sekelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pokok perhatian peneliti untuk diteliti (Hermawan, 2009: 145). Jadi populasi tidak hanya orang, tetapi juga pada benda-benda alam maupun objek yang lainnya. Populasi bukan juga sekedar jumlah yang ada pada obyek dan subyek, tetapi mencakup seluruh karakteristik dan sifat yang dimiliki oleh subjek atau obyek tersebut. Populasi juga sering disebut *universe* (Pasolong, 2013: 99).

Menurut Siregar (2016: 145) jenis populasi terbagi 2, yaitu :

1. Populasi fini, artinya jumlah individu ditentukan.
2. Populasi infinit, artinya jumlah individu tak terhingga atau tidak diketahui dengan pasti

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Indaco Warna Dunia Batam yang berjumlah 3159 orang pada periode Januari – Desember 2017.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah suatu populasi yang diambil dengan menggunakan metode tertentu dan dipergunakan untuk mengetahui sifat serta ciri dari suatu populasi (Sugiyono, 2011: 81; Siregar, 2016: 145; Susanti, 2014: 22; Rianse & Abdi, 2009: 189). Sampel yang baik adalah sampel yang dapat mewakili karakteristik populasinya yang ditunjukkan oleh tingkat akurasi dan presisinya

(Sanusi, 2011: 88). Pengambilan sampel ini dilakukan karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga.

3.3.2.1. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yakni pengambilan sampel dengan cara menunjuk langsung kepada orang yang dianggap dapat mewakili karakteristik-karakteristik populasi (Pasolong, 2013:107; Siregar, 2016: 148). Penggunaan teknik ini senantiasa mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pengambilan sampel bertujuan untuk menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi (Hermawan, 2009: 147).

Adapun kriteria responden yang akan dijadikan sampel adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan PT Indaco Warna Dunia
2. Telah menjadi pelanggan PT. Indaco Warna Dunia selama 1 tahun

Untuk menentukan ukuran sampel penelitian digunakan rumus Slovin yakni dengan memasukkan unsur toleransi ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di toleransi. Nilai toleransi dinyatakan dalam presentase, misalnya 5 % (Sanusi, 2011: 101). Rumus yang digunakan adalah:

Rumus 3. 1 Sampel

$$n = \frac{N}{1 + N(r^2)}$$

Keterangan:

n= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

r = toleransi ketidaktelitian (dalam persen)

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 3159 orang. Berdasarkan rumus slovin di atas maka dapat diperoleh perhitungan jumlah sampel yang diambil dengan toleransi ketidakteelitian 5 % adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(r^2)}$$

$$n = \frac{3159}{1 + 3159(0,05^2)}$$

$$n = \frac{3159}{1 + 7,8975}$$

$$n = \frac{3159}{8,8975}$$

$$n = 355,04 \text{ (dibulatkan menjadi 355)}$$

3.4. Pengumpulan Data

3.4.1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Data primer

Data primer adalah data yang pertama kali dikumpulkan dan diolah sendiri langsung dari objeknya (Susanti, 2014: 15; Sanusi, 2011: 104). Di sini, sumber utama data adalah dari konsumen PT Indaco Warna Dunia, yakni dengan membagikan kuesioner.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data historis mengenai variabel yang diperoleh dari pihak telah diolah sebelumnya, biasanya dalam bentuk publikasi (Sudaryono, 2014: 7; Hermawan, 2009: 168). Data tersebut dapat berupa fakta, tabel, gambar dan lain-lain.. Data-data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari PT Indaco Warna Dunia.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan datanya, penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah alat pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan yang tersusun sistematis kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut (Noor, 2012: 139; Supranto, 2016: 27). Kuesioner yang diberikan berhubungan dengan variabel yang akan diteliti pada penelitian ini (Sugiyono, 2011: 142)

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah dengan skala likert yang berlandaskan pada penjumlahan sikap responden dalam menanggapi pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator dari variabel yang sedang diukur (Sanusi, 2011: 61; Siregar, 2016: 139). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Sugiyono, 2011: 93). Adapun skor dari skala likert dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : (Sugiyono, 2011: 94)

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data mengolah data yang sudah terkumpul menjadi suatu informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut mudah dipahami dan berguna

untuk menjawab masalah yang berhubungan dengan penelitian (Muhidin & Abdurahman, 2009: 52). Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2011: 147). Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yaitu menguji pengaruh 2 variabel bebas terhadap 1 variabel terikat (Ghozali, 2012: 7). Regresi berganda berguna untuk mencari hubungan fungsional dua variabel bebas dengan sebuah variabel terikat (Usman & Akbar, 2015: 241). Metode analisis data di dalam penulisan ini diolah dengan bantuan program peranti lunak SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 16. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2011: 147), Siregar (2017: 16), Muhidin & Abdurahman (2009: 53) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya sekarang sesuai dengan fakta-fakta tanpa bermaksud membuat generalisasi dari hasil penelitian.

Menurut Ghozali (2012: 19) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *standart deviasi*, *varian*, *maksimum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewness* (kemencengan distribusi).

3.5.2. Uji Kuesioner

Sebelum menganalisis dan meninterpretasi data, terlebih dahulu harus dilakukan uji kualitas data yang terbagi menjadi 2 yaitu uji Validitas dan Reliabilitas. Pengujian ini dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu (Pratisto, 2009: 302) :

1. *Repeat measure* (Pengukuran secara berulang)

Prinsipnya adalah dengan membandingkan hasil pengukuran pertama dengan hasil pengukuran kedua. Pengujian ini dapat dilakukan dengan *test retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya.

2. *One shot* (sekali ukur)

3.5.2.1. Uji Validitas

Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Jadi alat ukur yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid. Sedangkan yang dimaksud valid adalah alat ukur atau instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur (Pasolong, 2013: 174; Siregar, 2017: 75). Hasil penelitian dianggap valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2012: 137).

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan melihat *corrected item total correlation*. Menurut Widiyanto (2010: 38) Teknik *corrected item total correlation* secara teoritis menggunakan rumus korelasi terhadap efek *spurious overlap*.

Sugiyono (2012: 125), Sanusi (2011: 77) mengemukakan bahwa dalam menggunakan uji validitas konstruksi, jumlah sampel bayangan yang digunakan

sekitar 30. Setelah data ditabulasikan, maka pengujian validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antar skor item instrumen dalam suatu faktor dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Untuk mengetahui valid tidaknya suatu instrumen penelitian, bila nilai korelasi r_{30} setiap item instrumen di bawah 0.361, maka dianggap bahwa butir instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Validitas yang diperoleh dengan cara diatas dikenal dengan validitas konstruk (*construct validity*) (Sanusi, 2011: 77)

Rumus yang digunakan untuk untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Pearson Moment* yang dirumuskan sebagai berikut :

Rumus 3. 2 *Pearson Product Moment*

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber : (Sanusi, 2011: 77)

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

X= Skor butir

Y= Skor total butir

N= Jumlah sampel (responden)

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05. Criteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel (uji dua sisi dengan α 0,05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel (uji dua sisi dengan α 0,05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item

tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran reliabel konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Wibowo, 2012: 52). Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2012: 45)

Dalam penelitian ini akan dijelaskan metode uji reliabilitas yang paling sering digunakan dan begitu umum untuk uji instrument pengumpulan data yaitu metode *Cronbach Alpha*. Metode ini sangat populer digunakan pada skala uji yang berbentuk likert (*scoring scale*). Uji ini menghitung koefisien alpha. Data dikatakan reliabel apabila r alpha positif dan r alpha > r tabel , *degree of freedom* = (, n-2). Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan *Cronbrach Alpha* dapat digunakan rumus berikut:

Rumus 3. 3 Rumus *Cronbrach Alpha*

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \dagger_b^2}{\dagger_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \dagger_b^2$ = jumlah varian pada butir

\dagger_t^2 = varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika;

nilai *alpha* lebih besar dari pada nilai kritis *product moment* atau nilai r-tabel. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *crobach's alpha* () $> 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, Sebaliknya *cronbach's alpha* () $< 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel (Supriyanto & Machfudz, 2010: 251).

Tabel 3. 3 Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	0,20	SangatRendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	SangatTinggi

Sumber: (Wibowo, 2012)

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012: 147), Siregar (2017: 153) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Menurut Muhidin & Abdurahman (2009: 73) hal ini penting diketahui berkaitan dengan ketetapan pemilihan uji statistik yang akan dipergunakan. Pengujian normalitas ini harus dilaksanakan apabila belum ada teori yang menyebutkan bahwa variabel yang diteliti adalah normal.

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak yaitu :

a. Analisis grafik

Uji normalitas menggunakan grafik dapat dilakukan dengan membuat histogram atau P-P plot. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan

melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residunya. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji statistik

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual maka oleh sebab itu penelitian dilengkapi dengan uji statistic. Uji statistic yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parameterik Kolmogrov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis: H_0 : Data residual berdistribusi normal, H_a : Data residual tidak berdistribusi normal. Misalkan nilai Kolmogrov-Smirnov adalah 1.861 dan signifikan pada 0.002 hal ini berarti H_0 ditolak yang berarti data residual terdistribusi tidak normal (Siregar, 2017: 167).

3.5.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Alhusin (2013: 223) heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heteroskedastisitas, kesalahan yang terjadi tidak random/acak, tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel. Heteroskedastisitas terjadi jika residual tidak memiliki varians yang konstan (Pratisto, 2009: 169).

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2012: 125).

Menurut Wibowo (2012: 93) suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastisitas itu berarti terdapat variabel dalam model yang tidak sama. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Deteksi terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu y adalah y yang telah diprediksi, sumbu x adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah distudentized. Dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Sanusi (2011: 135) menyebutkan bahwa gejala heteroskedastisitas dapat diuji dengan metode Glejser yaitu dengan cara menyusun regresi antara nilai absolute residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolute residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.5.3.3. Uji Multikolinearitas

Menurut Alhusin (2013: 221), Pratisto (2009: 176) multikolinearitas adalah keadaan di mana variabel-variabel independen dalam persamaan regresi menunjukkan hubungan yang erat satu sama lain. Hal itu akan menyebabkan perkiraan keberartian koefisien regresi yang diperoleh.

Dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinearitas, artinya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Jika pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolinearitas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi (Wibowo, 2012: 87)

Menurut Ghazali (2012: 105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance* (TOL) dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF 10.

3.5.4. Uji Hipotesis

3.5.4.1. Uji t

Uji t atau individu digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variable terikat (Suharyadi & Purwanto, 2009: 228). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Sanusi, 2011: 139)

Langkah-langkah untuk melakukan uji idividual adalah :

1. Perumusan hipotesis.

$$H_0 : b_1 = 0 \qquad H_a : b_1 \neq 0$$

$$H_0 : b_2 = 0 \qquad H_a : b_2 \neq 0$$

2. Menentukan daerah kritis yang ditentukan oleh nilai t-tabel dengan derajat

bebas $n-k$, dan taraf nyata

3. Merumuskan hipotesis

$$H_0 : \text{Diterima jika } t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$$

$$H_a : \text{Diterima jika } t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$$

3.5.4.2. Uji F

Menurut Imam Ghozali (2012: 98) Uji statistik F menunjukkan pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak di uji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol ($H_0 : b_1 = b_2 = 0$). Hipotesis alternatif nya (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol ($H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$)

Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F :

1. *Quick look*: bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%, dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.5.4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Wibowo (2012: 126), Pratisto (2009: 107), Usman & Akbar (2015: 249) analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang memiliki pola hampir sama dengan analisis regresi linier sederhana namun pada regresi linier berganda yang dianalisis adalah pengaruh dua variabel bebas terhadap sebuah variabel terikat. Permasalahan yang akan dibahas adalah sampai sejauh mana pengaruh harga (X_1), inovasi produk (X_2), terhadap minat beli konsumen (Y) dengan menggunakan analisis regresi berganda karena variabel dependen dipengaruhi dua variabel independen.

Rumus matematikanya adalah sebagai berikut:

Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + e$$

dimana: Y = Minat beli konsumen
 a = *intercept (konstanta)*
 X_1 = Harga
 X_2 = Inovasi produk
 b = Koefisien regresi
 e = *error*

